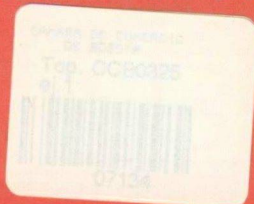




BIBLIOTECA

ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS-OEA
CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
ASOCIACION IBEROAMERICANA DE CAMARAS DE COMERCIO-AICO



PERFILES DE MERCADO EN LOS ESTADOS UNIDOS

SERIE VI

PARQUET DE MADERA PARA PISO

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y TURISMO

CAMARA DE COMERCIO
DE BOGOTA
Top. CCB0325
ej. 1

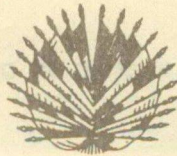


07134

SECRETARIA GENERAL
DE LA ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS
WASHINGTON, D.C.



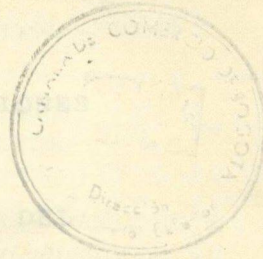
07134



ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS-OEA

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

ASOCIACION IBEROAMERICANA DE CAMARAS DE COMERCIO-AICO



PERFILES DE MERCADO EN LOS ESTADOS UNIDOS

SERIE VI

Biblioteca -CIEB-

Nº 7134

No. Inventario _____

Fecha Ingreso 18 / 10 / 96

DIA MES AÑO

Precio \$ 2.000= No. Ejemplares 15

PARQUET DE MADERA PARA PISO

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y TURISMO

SECRETARIA GENERAL
DE LA ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS
WASHINGTON, D.C.

C O N T E N I D O

Página

	RESUMEN EJECUTIVO	i
I.	DEFINICION DEL PRODUCTO	1
II.	PRINCIPALES PRODUCTORES Y DIMENSIONES DEL MERCADO	2
III.	DESCRIPCION DEL CONSUMIDOR FINAL DEL PRODUCTO	5
IV.	CANALES TRADICIONALES DE DISTRIBUCION	6
V.	PRACTICAS TRADICIONALES DE COMERCIO Y PROMOCION	12
VI.	IMPUESTOS Y DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS A LAS IMPORTACIONES	14
VII.	PRACTICAS TRADICIONALES DE PRECIOS	15
VIII.	IMPORTADORES Y SUS REACCIONES	17
IX.	BREVE ANALISIS DE OPORTUNIDADES DEL MERCA- DO PARA LOS EXPORTADORES	19
	NOTAS FINALES	21
	ANEXOS	
A.	IMPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MATE- RIAL PARA PISOS POR FUENTES PRINCIPA- LES 1975-1979	24
B.	EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MATE- RIAL PARA PISOS POR MERCADOS PRINCIPA- LES 1975-1979	25

C.	MODELO DE PROMOCION	26
D.	DESCRIPCION TECNICA DEL PARQUET POR LA COMPAÑIA HARTCO	27
E.	DISTRIBUIDORES DE HARTCO	28
F.	NOMENCLATURA ARANCELARIA DE LOS ESTADOS UNIDOS	29
G.	FUENTES DE INFORMACION	30

IV.	CANALES TRADICIONALES DE DISTRIBUCION	
V.	PRACTICAS TRADICIONALES DE COMERCIO Y PROMOCION	
VI.	IMPUESTOS Y DISPOSICIONES REGlamentARIAS A LAS IMPORTACIONES	
VII.	PRACTICAS TRADICIONALES DE PRECIOS	
VIII.	IMPORTADORES Y SUS REACCIONES	
IX.	BREVE ANALISIS DE OPORTUNIDADES DEL MERCADO PARA LOS EXPORTADORES	
	NOTAS FINALES	

ANEXOS

A.	IMPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MATE- RIAL PARA Pisos POR FUENTES PRINCIPALES DES 1975-1979	34
B.	EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MATE- RIAL PARA Pisos POR MERCADOS PRINCIPALES DES 1975-1979	35

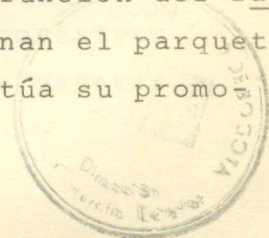
RESUMEN EJECUTIVO

La industria de parquet de madera para pisos, se debe describir como estable. La industria ha tomado 20 años en alcanzar este nivel y ahora, factores externos como la disminución de la construcción de viviendas, las altas tasas de interés y los productos sustitutos influyen en la industria. Esta situación ha originado un efecto negativo dentro de la industria para mantenerla existente, y por consiguiente en este momento es difícil que un recién llegado penetre en el mercado.

Aún para un exportador que desee unirse a los canales de distribución establecidos, la necesidad de su servicio es baja debido a que la producción estadounidense de madera es alta. El exportador potencial debe ofrecer precios muy competitivos a fin de rivalizar con aquellos de los productores nacionales.

Este perfil detalla los canales de distribución, el desempeño de cada uno de los agentes de este proceso compuesto por productores extranjeros, productores nacionales, fabricantes y mayoristas, importadores, comerciantes, constructores contratistas y minoristas, cuyos objetivos principales es satisfacer la necesidad de los consumidores. El rol de los consumidores en la industria del parquet de madera para pisos es que ellos son los que finalmente determinan la cantidad y calidad del producto. Este grupo tiene la mayor influencia sobre la industria del parquet por su poder de compra.

La publicidad de este producto es principalmente función del fabricante. Mientras que los otros grupos promocionan el parquet junto con sus otros servicios, el fabricante acentúa su promoción en una marca específica.



Según la información obtenida los importadores estadounidenses no parecen estar muy interesados en importar más parquet de madera, ya que su abastecimiento en este momento es adecuado y el mercado es inseguro. Los factores externos tienen un impacto importante en la industria del parquet. El parquet es un artículo de lujo, y con la situación económica actual del país, la gente se ve precisada en recortar muchos de esos lujos, uno de ellos el parquet, a fin de pagar los precios cada día más altos de los alimentos y del combustible. Este también es evidente por la creciente tendencia de arrendar apartamento o comprar condominios, trasladarse a la ciudad y abandonar planes de construir viviendas.

Si la situación general se estabiliza con bajas de las tasas de interés, tal vez con un nuevo auge de la construcción de vivienda, el mercado del parquet de madera podría ampliarse para el productor extranjero.

Washington, D.C., Septiembre de 1982

EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS PARA PARQUET DE MADERA PARA PISOS

I. DEFINICION DEL PRODUCTO

El parquet de madera para piso, posición TSUSA 202,60, son unidades y bloques de parquet laminados. En unidades de bloques, cada uno está compuesto de varias tablillas cortas (generalmente de madera dura) unidas fuertemente, por dos bordes formando angulo recto una con la otra. En los bloques laminados, los cuales son pequeños cuadrados de madera contrachapada generalmente de tres enchapes de grueso, las lenguetas en los lados opuestos. Ambas clases de bloques de parquet se pueden colocar en modelos cuadrados o diagonales. Generalmente cada bloque mide 9x9 pulgadas cuadradas, con un grosor entre 15/32 y 23/32 de una pulgada.

La cubierta del parquet puede ser un acabado de fábrica lijándolo, rellenándolo y aplicando cera, dejándolo listo para su uso inmediato después de la instalación. A veces es perforada a intervalos para las puntillas o tornillos que son avellanados o metidos con una clavija de madera.

El parquet de madera dura y estimado por su calidad de duración, elasticidad y textura natural, es utilizado como la superficie expuesta de los pisos en las casas, gimnasios, oficinas, escuelas y otras estructuras. La madera que más se utiliza es el roble aunque también el arce, el abedul amarillo, el haya, el nogal, así como el fresno y el nogal americano. Para bloques mas decorativos se utilizan cerezo, caoba, teca, nogal u otras maderas más caras o exóticas. (1)

II. PRINCIPALES PRODUCTORES Y DIMENSION DEL MERCADO

Aunque se utiliza madera dura en la construcción convencional, gran parte de ella producida en los Estados Unidos es comercializada como troncos para tarimas, dimensiones de madera dura para muebles o fabricadas en parquet para pisos. El mercado de esos productos se asocia con las industrias de vivienda y construcción.

El consumo de parquet en los Estados Unidos ha disminuido considerablemente en los últimos 30 años. Desde los años 50, cuando se utilizaba en un promedio de más de mil millones de pie de tabla* por año, el consumo de parquet de madera para piso ha disminuido a menos de una décima parte de su nivel anterior. Las cifras de la Asociación (Asociación Nacional de Fabricantes de Parquet de roble)² indican que en 1979, el consumo de parquet de roble, haya, arce y nogal, totalizaron cerca de 124 millones de pie de tabla (la mayoría roble). El consumo aparente estadounidense de parquet de madera para piso de todas las fuentes fue en 1979 aproximadamente de 135 millones de pie de tabla, como se muestra en el siguiente cuadro.³

*N.T.=Pie de tabla= Unidad de medida que equivale a una tabla de un pie cuadrado de una pulgada de espesor.

= Pie cuadrado de tabla.

CUADRO 1

DIMENSION APROXIMADA DEL MERCADO DE PARQUET DE MADERA PARA PISO
(millones de pie de tabla)

	1975	1976	1977	1978	1979
Producción Nacional	106,4	117,0	121,1	111,3	123,6
+ Importaciones	9,2	6,1	13,9	24,6	24,8
- Exportaciones	12,0	10,6	9,8	9,0	12,7
Mercado Aparente	103,6	112,5	125,2	126,9	135,7

Esta disminución puede atribuirse, en parte, a los aumentos de precios que han incurrido y al uso de productos sustitutos tales como alfombras para cubrir los pisos.

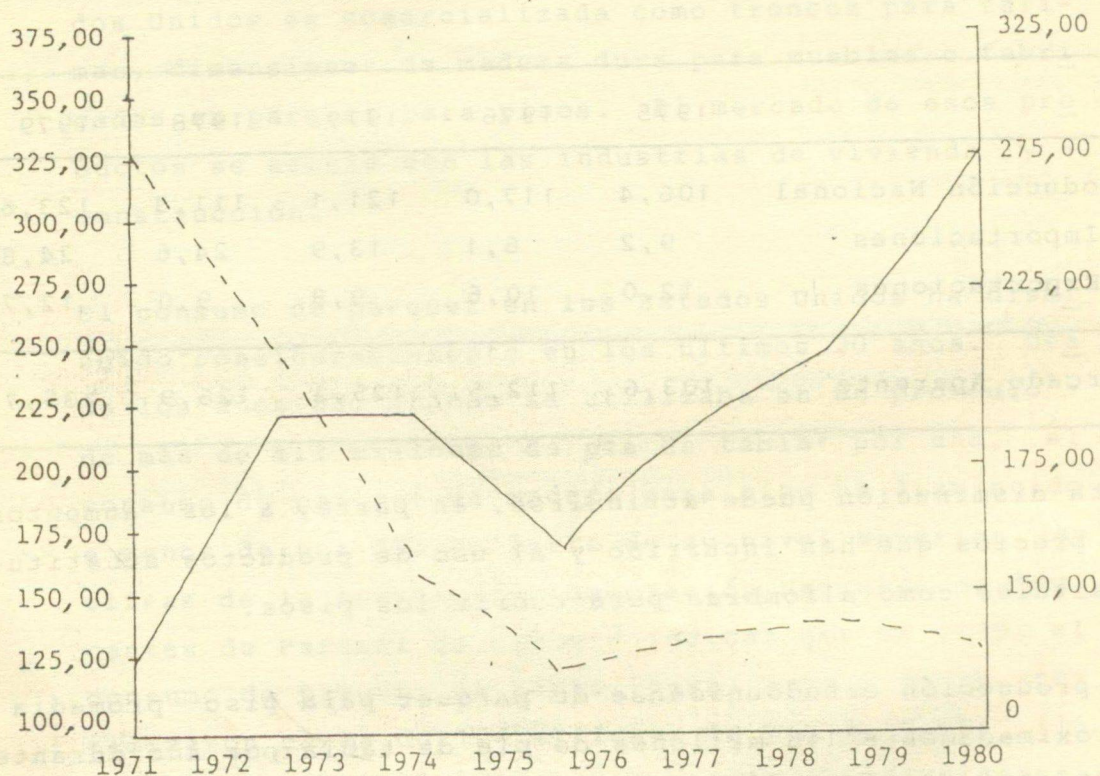
La producción estadounidense de parquet para piso promedia aproximadamente 116 millones de pie de tabla por año durante 1975/1979. El año de mayor producción durante este período fué 1979 con una producción de 124 millones de pie de tabla; 1975 fue el año de más baja producción con 106 millones de pie de tabla.

El parquet de madera ha tenido la baja desde los años 50 - cuando, como se mencionó anteriormente, no era extraordinaria una producción superior a mil millones de pie de tabla. Parece ser que 1980 será otro año inestable para el parquet de madera para piso. Las cifras de la Asociación⁴ indican que los despachos de parquet de roble, abedul, haya, arce y nogal de enero a marzo de 1980 fueron 18% inferiores a las cifras comparativas de 1979. La figura 1 ilustra una posible razón por el cambio a sustitutos cuando se compara el

FIGURA 1

INDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR DE PARQUET DE ROBLE ROJO

Y PRODUCCION DE HOJAS DE MADERA DURA DE PARQUET, 1971-80

IPP
(1967=100)Producción
(millones pie de tabla)

—— IPP Parquet de roble rojo

----- Producción de hojas de madera dura para parquet

1: cifra estimada 1980

índice de precios al productor de parquet de roble para piso con la producción⁵.

Los principales productores de la industria del parquet de madera son Bruce,⁶ Tybils⁷ y Sikes,⁸ con la mayoría de la producción localizada en Tennessee Arkansas y Missouri⁹. Se debe anotar que ninguna de estas compañías importa parquet de madera ya que existe abundancia de madera en el país. Estos líderes de la industria controlan aproximadamente el 60% del mercado de parquet¹⁰ y el remanente 40% dividido entre pequeños productores e importadores. Los importadores obtienen la mayor parte de la madera de Malasia, Canadá, Tailandia y Singapur. El desglose completo de las importaciones de parquet de madera para piso, por país de origen, para los últimos cinco años es dado en el anexo A. Las exportaciones de los Estados Unidos son dadas en el Anexo B¹¹.

III. DESCRIPCION DEL CONSUMIDOR FINAL DEL PRODUCTO

El cliente final del parquet de madera para piso es el consumidor individual. Este grupo últimamente utiliza el parquet para cubrir el piso para sus casas y oficinas. La demanda de este producto está sujeta a fluctuaciones de la actividad de vivienda y construcción, las cuales están directamente asociadas con un número de diferentes variables tales como oferta de capital y tasas de hipotecas. En los últimos cinco años ha ocurrido una dramática baja en la demanda de este producto. Esta caída puede atribuirse en parte a los aumentos de precio y por ende al mayor uso de productos substitutos, tales como alfombras. El precio de sólo el ro

ble se ha triplicado desde 1970, permitiendo que los productos sustitutos invadan el mercado del parquet para pisos¹². La necesidad relativa de los consumidores por el producto es bajo. El parquet de madera para piso es un lujo y es afectado fuertemente por la situación económica individual.

Una vez más, se debe cotejar con la disminución de la - construcción de nuevas viviendas. La gente ya no puede construir y debe arrendar un apartamento o comprar un condominio en donde el piso ya está instalado. Ese cambio en la forma de vida también está originando un cambio en quien es realmente el cliente final. En un futuro no muy lejano, los fabricantes esperan un aumento en las ventas directas a los constructores de viviendas modulares, fabricantes de viviendas móviles, constructores, subcontratadores de pisos y grandes compradores.

Actualmente, los consumidores individuales compran el parquet de madera para piso indiferentemente de los constructores y minoristas¹³. Debido al costo, en vez de poner parquet a toda la casa como se hacía tradicionalmente, - ahora se coloca sólo en una o dos habitaciones. Una cantidad típica comprada es de 400-700 pies cuadrados.¹⁴

IV. CANALES TRADICIONALES DE DISTRIBUCION

Los canales de distribución del parquet de madera para piso incluyen productores extranjeros y estadounidenses, importadores, mayoristas, comerciantes, contratistas y minoristas. Cada uno de ellos constituye un factor im-

portante en el proceso de distribución, ya que las contribuciones de cada grupo, las cuales varían enormemente, juntos crean la industria del parquet de madera para pisos. Las responsabilidades de cada uno son las siguientes:

Productores Extranjeros: Se obtuvo poca información sobre este grupo debido a que los principales mayoristas estadounidenses entrevistados no importan¹⁵ y los importadores entrevistados son pequeñas compañías que rechazaron divulgar cualquier información sobre sus abastecedores.¹⁶ Se ha encontrado que el productor extranjero generalmente conduce su negocio en dos formas: la primera nave FOB (con el nombre del puerto de embarque). Bajo esta cotización, el vendedor ofrece un precio que cubre todos los gastos, incluido el despacho de la mercancía en la nave de Ultramar suministrada por o para el comprador en el puerto mencionado de embarque.¹⁷ La alternativa es CIF (costo, seguro y flete). Bajo esta cotización el vendedor ofrece un precio que incluye el resto de la mercancía, el seguro marítimo y todos los costos de transporte al puerto mencionado de destino¹⁸.

Productor Nacional / Fabricante / Mayorista: En la industria del parquet de madera, el productor nacional es muchas veces mayorista así como el fabricante; tal es el caso de Bruce, Tybils y Sykes Flooring, los líderes del mercado estadounidense. Sus responsabilidades abarcan desde el corte de la madera, la fabricación misma del parquet, hasta la distribución final.

Con el 60% del mercado, estas grandes compañías, en casi todos los casos, establecen los standards de la industria y puesto que la fijación de precios es competi

tiva son estas compañías las que fijan los límites.¹⁹

Importador: Las responsabilidades del importador son similares a las del productor nacional una vez adquirido el producto extranjero. La diferencia reside en la forma de adquirir la mercancía y dada su pequeña participación en el mercado, el importador debe ser muy competitivo al cotizar su producto. El importador con frecuencia promociona una categoría inferior de madera, no necesariamente un producto de inferior calidad, para permitirse competir con los líderes de la industria.²⁰

Comerciantes: Este factor en el proceso de distribución es básicamente un escalón para los minoristas y contratistas para la adquisición de parquet de madera de los fabricantes o importadores. Puesto que el comerciante negocia con grandes cantidades y recibe un descuento importante por este método de operación, a su vez pasa este ahorro a sus clientes quienes por lo general son pequeños minoristas y contratistas cuyo volumen de negocios no les permite negociar directamente con los mayoristas e importadores y obtener un descuento.

Constructores / Contratistas / Minoristas: Constituyen el último escalón en el canal de distribución quienes tienen la responsabilidad de cumplir con la demanda de los consumidores del producto. Su método de operación es mediante ventas al por menor al consumidor o por contratos particulares de ventas e instalación a través de constructores y contratistas, tratándose de una única casa o proyecto. Como este grupo es el distribuidor final del producto, en este sentido, ellos controlan el 100% del mercado. El minorista, constructor y contratista son los más directamente relacionados con el consumidor. Esta influen

FIGURA 3

DISTRIBUCION PARA LAS IMPORTACIONES

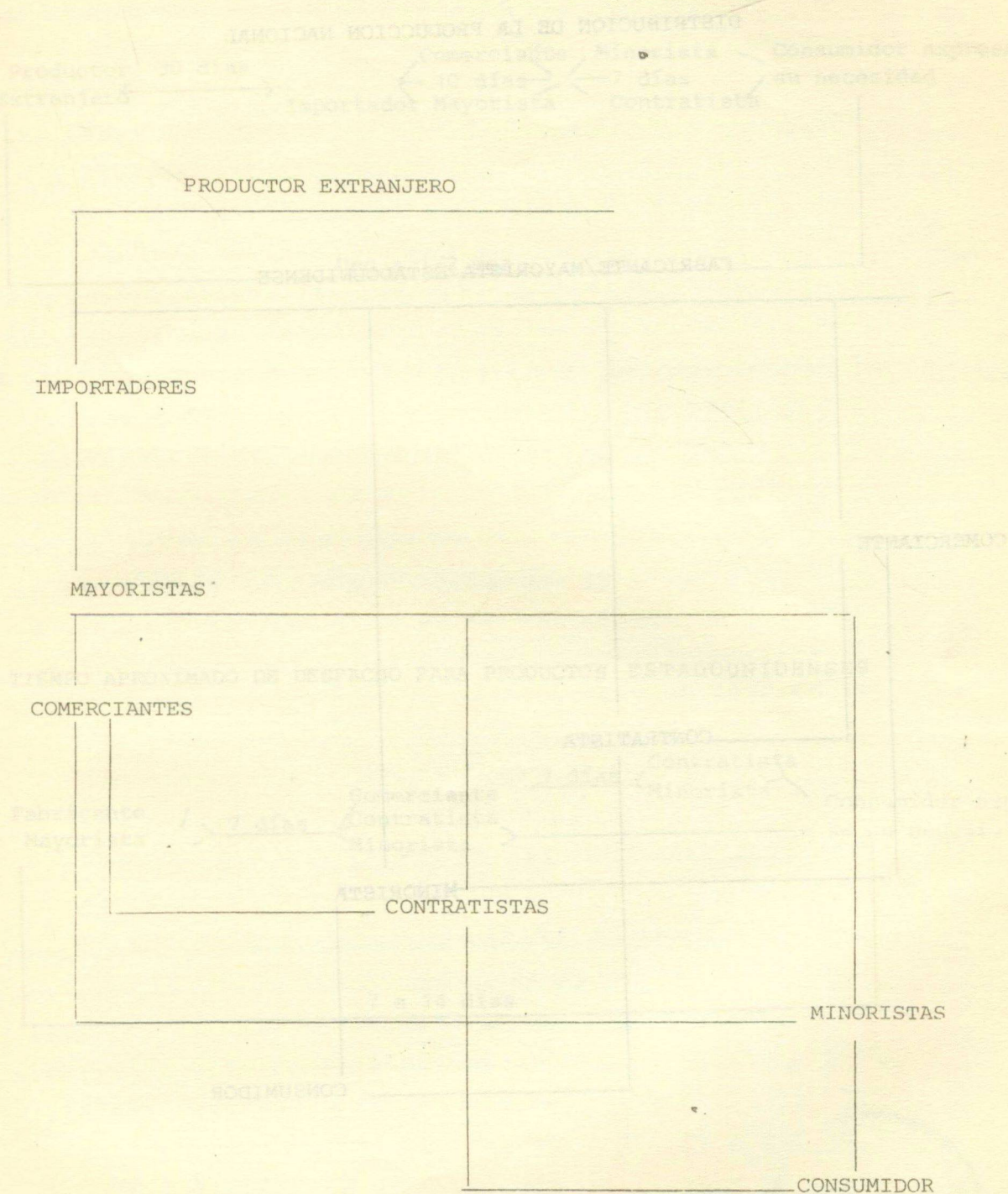


FIGURA 4

DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION NACIONAL

FABRICANTE/MAYORISTA ESTADOUNIDENSE

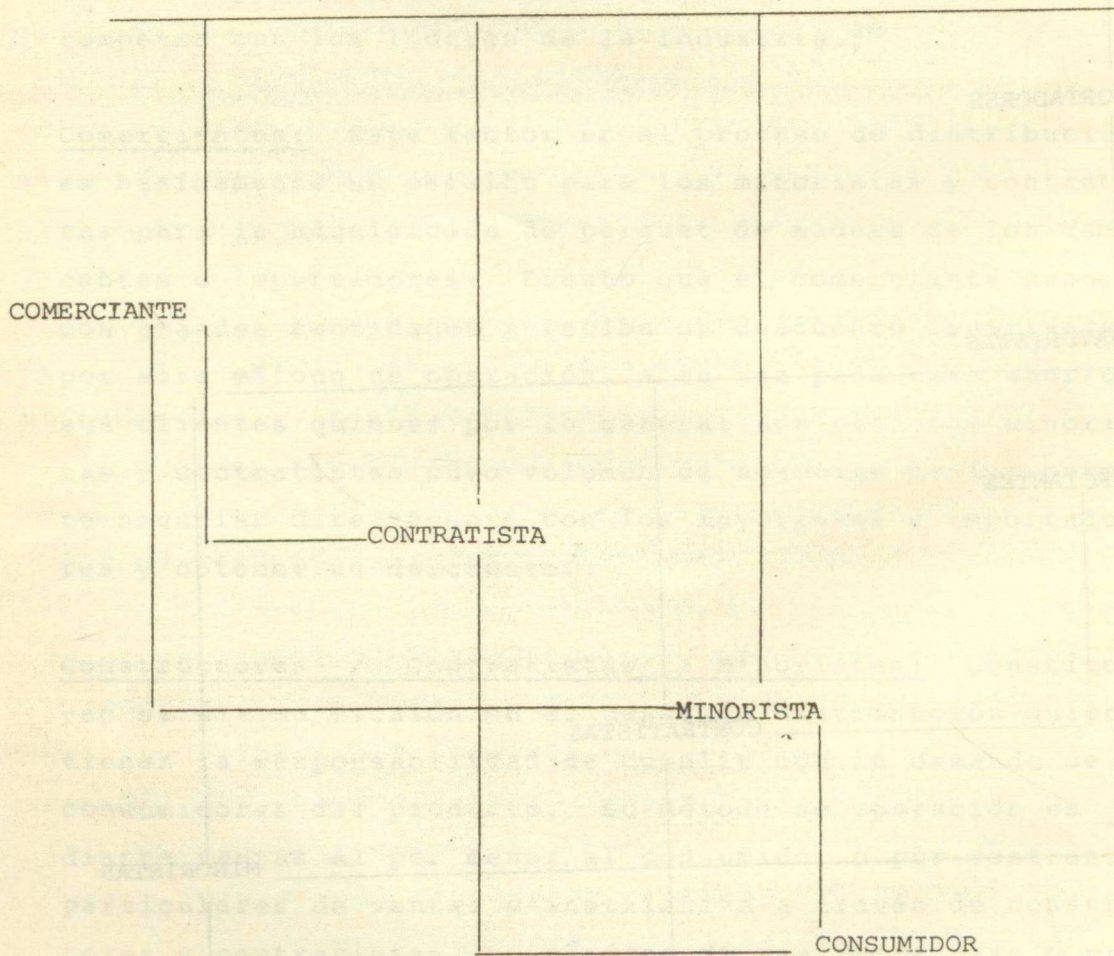
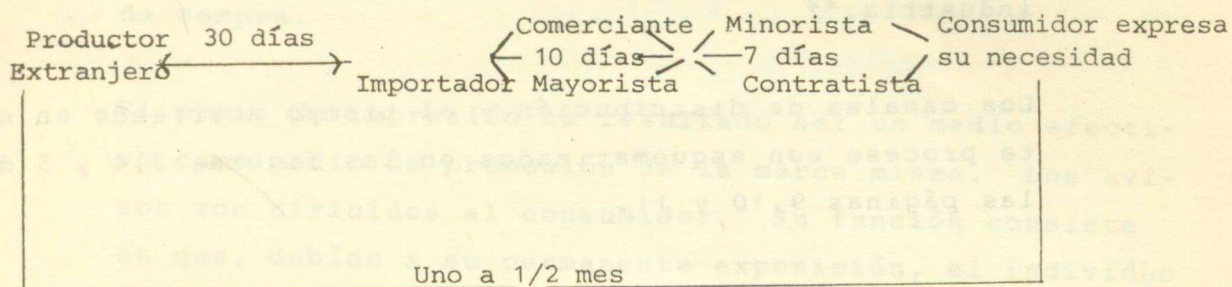
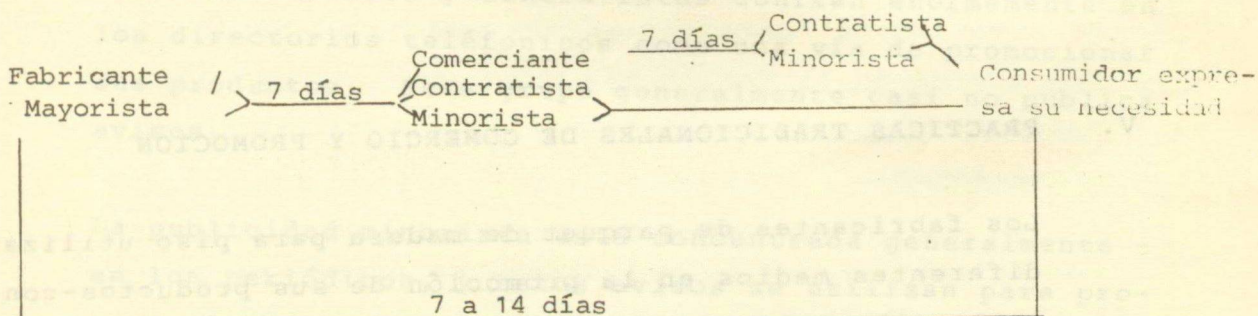


FIGURA 5

TIEMPO APROXIMADO DE DESPACHO PARA LAS IMPORTACIONES



TIEMPO APROXIMADO DE DESPACHO PARA PRODUCTOS ESTADOUNIDENSES



cia de relación sobre la industria es demostrada en la situación en que, a través de la venta, el grupo vendedor puede determinar el mercado. Esto a su vez afecta la industria.²²

Los canales de distribución y el tiempo acarreado en este proceso son esquematizados en las figuras 3,4 y 5 de las páginas 9,10 y 11.

Existe abundancia de madera en los Estados Unidos y los fabricantes están muy bien provistos. Por consiguiente nunca ha sido un problema cumplir con los despachos. En situaciones que implican importaciones del producto, como el parquet, que se transporta por barco, se pueden presentar retrasos que no afectan todo el sistema de distribución. Este retraso no ocurre frecuentemente debido a que cuando el importador coloca un pedido, lo hace permitiendo fluctuaciones en el tiempo de transporte. No existen grandes riesgos para el importador puesto que el parquet de madera no es producto perecedero.

V. PRACTICAS TRADICIONALES DE COMERCIO Y PROMOCION

Los fabricantes de parquet de madera para piso utilizan diferentes medios en la promoción de sus productos-contacto personal con representantes de ventas, folletos y pamfletos, circulares comerciales, revistas y periódicos, revistas del consumidor y exhibiciones comerciales y de vivienda.

Al introducir una nueva línea o al buscar nuevos clientes, la forma más efectiva de promoción para la industria de parquet es el contacto personal mediante un re-

presentante de ventas. Los folletos y pamfletos también resultarán ser muy eficaces porque éstos dan una información y alcanzan las personas que toman las decisiones de compra.

El medio de impresión ha resultado ser un medio efectivo como medio de promoción de la marca misma. Los avisos son dirigidos al consumidor. Su función consiste en que, debido a su permanente exposición, el individuo recuerde y pida el nombre de la marca en el momento de la compra.

Las exhibiciones de vivienda y comerciales dirigidas al constructor, contratista, comprador, minorista y al que lo hace por sí mismo, no han resultado ser muy efectivos. Son otra forma de exposición del producto y mientras resultan ser un método eficiente para establecer un contacto, la exposición en sí no es suficiente para vender el producto.

Los constructores y contratistas confían enormemente en los directorios telefónicos como una vía de promocionar sus productos. Este grupo generalmente casi no publica avisos.

La publicidad minorista está concentrada generalmente en los periódicos, y estos avisos se utilizan para promover la venta. Esta forma de publicidad se hace generalmente en forma cooperativa con el fabricante, en donde el minorista recibe fondos para publicidad, entre el orden neto de 5-7%, del fabricante. El minorista que compra y vende un gran volumen de parquet de madera aventa al pequeño minorista, en mayores fondos para publicidad.

Los fabricantes promocionan su marca de parquet de madera durante todo el año con la idea de que la exposición continua influirá al cliente potencial. Los minoristas aumentan su Publicidad durante el segundo y último trimestre del año dirigiendo estas promociones hacia la primavera, Navidad y fuera de estación.²⁴

VI. IMPUESTOS Y DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS A LA IMPORTACION

Bajo la ley de comercio de 1974, este artículo es elegible para el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). No existe impuesto de importación para este producto en los Estados Unidos para los exportadores que se benefician del Sistema Generalizado de Preferencias. Para los exportadores que no se benefician del Sistema, el gravamen de importación para el parquet de madera para piso es de 7,4% ad-valorem*, según la Nomenclatura Arancelaria de los Estados Unidos. Posición TSUSA - 202.60. Parte 1, Subparte B, página 119. El gravamen de importación para los países que no se benefician del status de la Nación Más Favorecida es del 33% ad-valorem, según la misma fuente (TSUSA es reproducido en el anexo).

Los Estados Unidos prácticamente no tienen restricciones arancelarias sobre el parquet de madera para piso. Este artículo es admitido sujeto a inspección de insectos de madera (lo cual no es un problema para la mayoría del material que entra a los Estados Unidos).

* Después del 1º de enero, 1987 este gravamen será reducido al 3,2%

Los efectos del SGP sobre la importación del parquet de madera han sido muy pequeños. El ítem 202.60 actualmente tiene un gravamen del 7,4%. Tanto en 1975 como en 1979, las importaciones de este ítem dieron cuenta por una buena parte del valor total de las importaciones estadounidenses de parquet de madera. En 1975 y 1979 el 84% del valor de las importaciones entraron bajo el ítem 202.60 provinieron de países elegibles del SGP.²⁵

VII. PRACTICAS TRADICIONALES DE PRECIOS

El mercado del parquet de madera está dominado por unas cuantas grandes compañías que tienen una posición predominante y establecen sus precios a un nivel relativamente alto. Sin embargo, las compañías más pequeñas están en capacidad de rebajar sus precios porque utilizan una calidad de madera inferior. Por consiguiente la fijación de precio en el mercado del parquet de madera para piso es altamente competitivo.

Además parece ser que la demanda de parquet de madera es muy elástica y los altos precios pueden obligar a los clientes a cambiar por parquet de menor calidad así como por substitutos como la alfombra.²⁶

El método que se acostumbra en la fijación de precios, en cada nivel del canal de distribución, es como sigue:

1. El mayorista toma un margen de comercialización - del 5% (4% al comerciante) y sus condiciones de pago son generalmente descuento 2% por pago dentro de los diez días.

2. Los minoristas constructores toman un margen de comercialización del 40% y 85% respectivamente. Sus condiciones de pago son generalmente 50% como depósito y 50% pago contra entrega.
3. En el caso de un comerciante, su margen de comercialización es más o menos el del mayorista. El siguiente cuadro presenta el desglose de los diferentes precios.²⁷

CUADRO 2

COSTOS-PRECIOS Y MARGENES DE COMERCIALIZACION APROXIMADOS DEL PARQUET DE MADERA PARA PISOS EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS

PRODUCTO SIN INSTALACION	Con el actual gravamen de 7,4%	Sin gravamen bajo el SGP
Parquet por caja (1000 pies ²)	US\$ 1.100,00	US\$ 1.100,00
Importador (2%)	22,00	22,00
Impuesto (7,4%)	81,40	-
Costo al mayorista	1.203,40	1.122,00
Mayorista (5%)	60,17	56,10
Costo al minorista	1.263,57	1.178,10
Minorista (40%)	505,43	471,40
Precio al detal por caja (1000 pies ²)	US\$ 1.769,00	US\$ 1.649,50
Precio al detal por pie	US\$ 1,77	US\$ 1,65

PRODUCTO INCLUYENDO INSTALACION

Parquet por caja (1000 pies ²)	US\$ 1.100,00	US\$ 1.100,00
Importador (2%)	22,00	22,00
Impuesto (7,4%)	81,40	-
Costo al mayorista	1.203,40	1.122,00
Mayorista (4%)	48,14	44,88
Costo al contratista	1.251,54	1.166,88
Contratista (85%)	1.063,81	991,85
Precio del contratista por 1.000 pies ²	US\$ 2.315,35	US\$ 2.158,73
Precio del contratista por pie ²	US\$ 2,32	US\$ 2,16

Se utiliza el caso de Paraguay como ejemplo de costos de fletes para transportar este producto de Latinoamérica a los Estados Unidos.²⁸

US\$ 40,48 por 1.000 Kg. (Asunción-Buenos Aires-River Rate)

US\$195,44 por 1.000 Kg. (Buenos Aires-Nueva York, New York)

US\$235,92

48,36 recargo de combustible del 20,5%

US\$284,28 Costo total de fletes por 1000 Kg.

VIII. IMPORTADORES Y SUS REACCIONES

Las importaciones estadounidenses del parquet de madera para piso se han vuelto importantes en relación con el consumo estadounidense durante 1975 a 1979. En 1979 las importaciones fueron del 24,8 millones de pie de tabla, o cerca del 18% del total del parquet de madera para piso en el mercado estadounidense. Esto se compara con las importaciones de parquet de madera de 9,2 millones de pie de tabla, o el 9% del total del mercado en 1975.²⁹ Mas del 70%, por valor de las importaciones de parquet de madera en 1979 consistieron en

madera dura tropical de Malasia, Tailandia y Singapur. Gran parte del remate era parquet de madera dura del Canadá. (Veáse anexo).

La mayor parte del parquet de madera para piso importado son parquet decorativos en bloques, aunque algunos son importados en hojas para uso en la casa y servicios públicos (camiones, piso de los barcos, etc.). La mayoría del parquet importado del Canadá son hojas de arce.

El incremento de las importaciones de parquet para piso entre 1975 y 1979 pueden dar una buena perspectiva de las importaciones futuras a los Estados Unidos. Sin embargo, debido a las riquezas maderíferas en los Estados Unidos, el parquet de madera importado tendrán que ser muy competitivas para elevar el interés de los importadores potenciales*.

Los importadores estadounidenses generalmente siguen las siguientes prácticas:

Sus condiciones financieras son cartas de crédito, cuentas corrientes, documentos a la vista.

* Los importadores contactados no expresaron ningún interés por ahora en aumentar las importaciones. El mercado está en una situación estancada debido a factores de vivienda los cuales tienen mucho efecto en sus negocios.

El tiempo de despacho es de 30 días.

La cantidad típica es un contenedor de 30.000 pies.

Los principales importadores son:

- Bangkok Industries
- Kentucky wood floors

IX. BREVE ANALISIS DEL MERCADO DE OPORTUNIDADES PARA EXPORTADORES

Como se mencionó anteriormente, la tendencia del mercado para el parquet de madera de piso ha sido a la baja desde 1950 pero la participación de importaciones en el consumo nacional ha aumentado substancialmente.

Sin embargo, los precios de parquet de madera para piso se han vuelto cada vez más competitivos para afrontar con la creciente tendencia de utilizar productos de reemplazo. Además los Estados Unidos produce nacionalmente una gran cantidad de madera cuyo procesamiento es ciertamente más barato que cualquier parquet de madera importado. Por consiguiente muchos productores líderes no importan parquet de madera para piso porque no sienten la necesidad de hacerlo.

La solución para un exportador potencial deberá ser por consiguiente, negociar con madera de calidad baja/regu-
lar, la cual es menos costosa que la madera estadounidense procesada. Sin embargo, la perspectiva del mercado del parquet de madera para piso en los Estados Unini

dos se muestra en depresión teniendo en cuenta la información suministrada. Como se mencionó varias veces en este perfil, la construcción en los Estados Unidos afecta tremendamente la industria del parquet y hasta que no se presenten cambios en la situación económica de los Estados Unidos, las perspectivas son grises. Es difícil pronosticar el futuro del mercado ya que hay muchas variables involucradas.

NOTAS FINALES

1. Resumen de la información comercial y de impuestos de la madera, parquet de madera y costaneras, Comisión de Comercio Internacional, 1980
2. Asociación Nacional de Fabricantes de Parquet de Roble.
3. Entrevista con Adaire Mitchell, Departamento de Comercio de los Estados Unidos, Washington, D.C. Septiembre 25, 1980
4. Igual al No.2
5. Igual al No.1
6. Entrevista telefónica con Al De Regimis, Tybils - Flooring Co., Oneida, Tennessee, Noviembre 8, 1980
7. Entrevista telefónica con Joseph Rhodes, Bruce - Flooring Co., mayoristas de Cherokee.
8. Igual al No.6
9. Igual al No.6 y No.7
10. Igual al No.3
11. Entrevista con Jim Poulos, Hechinger's, Octubre 21 1980.
12. Igual al No.6
13. Igual al No.3
14. Igual al No.1
15. Igual al No.7



16. Entrevista con el señor Polle, Wood Mosaic Co., Louisville, Kentucky,, señores John Stern and Gary Kabler, Kentucky Wood Floors, Louisville, Kentucky. Also, Bangkok Industry, Philadelphia, Pennsylvania, Robert Evans, Imported Hardwood - Product Assoc., Alexandria, Virginia.
17. Definiciones revisadas del Comercio Exterior Estadounidense, 1941.
18. Igual al No.18
19. Igual al No.6 y No.7
20. Igual al No.17
21. Igual al No.8
22. Igual al No.12. También, Anglemeyer Construction Co., Washington D.C., Banner Builders, Silver Spring, Maryland.
23. Igual al No.6
24. Igual al No.6, No.8, No.12 y No.23
25. Igual al No.23
26. Igual al No.1
27. Igual al No.1, No.6, No.7, No.17, No.23.
28. Entrevista con Claudio Arce, OEA, New York, Octubre 27, 1980.
29. Igual al No.3 y No.17.

ANEXO A

IMPORTE DE LAS EXPORTACIONES DE MATERIAL PARA PINTOS POR PAISES
PRINCIPALES 1972-1979

PAISES	1972	1973	1974	1975	1976
Cantidad (Millones de pie de tabla)					
Malasia	9.577	777	1.260	9.179	9.139
Canadá	1.579	1.231	1.467	3.293	4.115
Tailandia	981	86	794	3.840	1.373
Singapur	1.074	1.451	702	2.547	2.877
México	1	230	141	163	340
Los Países	714	170	1.776	9.897	2.794
Total	9.228	6.155	7.340	29.816	34.764

ANEXOS

Malasia	1.759	977	1.337	6.643	9.247
Canadá	930	544	1.037	4.450	7.770
Tailandia	981	1.131	1.472	1.080	4.217
Singapur	762	1.260	1.314	3.259	3.453
México	1	1	9	7	144
Los Países	492	235	1.842	1.141	1.917
Total	4.925	4.188	5.709	17.539	28.688

Valor Unidad (Pie de tabla) millones de pie de tabla

Malasia	171.02	150.47	714.37	707.43	1.009.85
Canadá	431.17	453.47	927.19	756.50	854.70
Tailandia	1.405.93	1.061.51	1.069.27	907.00	1.437.35
Singapur	742.95	872.60	846.72	868.30	1.027.41
México	412.00	192.30	939.87	674.50	943.81
Los Países	619.26	401.32	228.73	407.62	937.15
Promedio	474.50	466.97	623.24	712.35	969.69

Fuente: Cálculos de los métodos oficiales del Departamento de Comercio de los Estados Unidos.



ANEXO A

IMPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MATERIAL PARA PISOS POR FUENTES
PRINCIPALES 1975-1979

FUENTE	1975	1976	1977	1978	1979
Cantidad (Millones de pie de tabla)					
Malasia	4.623	772	3.280	9.179	9.159
Canadá	1.899	2.033	3.863	5.893	6.215
Tailandia	887	1.065	1.294	3.840	3.373
Singapur	1.024	1.453	2.702	2.647	2.877
México	1	36	11	165	346
Los Demás	794	792	2.796	2.897	2.794
Total	9.228	6.151	13.946	24.621	24.764
Valor (1.000 dólares)					
Malasia	1.253	433	2.357	6.448	9.249
Canadá	936	946	2.037	4.460	5.525
Tailandia	981	1.131	1.372	3.080	4.511
Singapur	762	1.268	2.314	2.299	3.462
México	1	7	9	72	344
Los Demás	492	318	641	1.181	1.417
Total	4.425	4.102	8.729	17.539	24.508
Valor Unidad (Por millones de pie de tabla)					
Malasia	271,02	560,47	718,57	702,43	1.009,85
Canadá	493,14	465,47	527,18	756,88	888,94
Tailandia	1.105,93	1.061,61	1.060,07	802,00	1.337,38
Singapur	743,95	872,60	856,31	868,35	1.203,47
México	412,00	192,36	839,82	434,50	993,01
Los Demás	619,98	401,32	229,33	407,62	507,10
Promedio	479,50	666,92	625,94	712,35	989,65

Fuente: Copilada de estadísticas oficiales del Departamento de Comercio de los Estados Unidos.

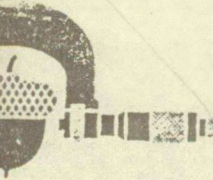
ANEXO B

EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MATERIAL PARA PISOS POR MERCADOS PRINCIPALES 1975-1979

MARKET	1975	1976	1977	1978	1979
Cantidad (Millones de pie de tabla)					
Canadá	10,274	8,688	7,485	6,008	9,801
Japón	161	172	95	416	592
Bélgica	17	40	21	38	263
Reino Unido	162	175	270	186	190
Arabia Saudita	2	14	14	176	197
Los Demás	1,342	1,540	1,883	2,127	1,640
Total	11,958	10,629	9,768	8,951	12,683
Valor (1.000 dólares)					
Canadá	2,246	2,866	3,096	2,775	3,778
Japón	129	213	66	183	526
Bélgica	4	34	24	57	202
Reino Unido	50	57	198	132	190
Arabia Saudita	4	5	9	60	172
Los Demás	514	612	969	1,165	1,234
Total	2,947	3,787	4,362	4,371	6,101
Valor Unidad (Por millones de pie de tabla)					
Canadá	218,59	329,91	413,64	461,85	385,43
Japón	801,58	1 237,01	695,88	439,47	888,17
Bélgica	260,94	855,00	1 119,05	1,497,05	766,17
Reino Unido	307,85	325,26	733,36	712,19	999,86
Arabia Saudita	1,976,50	329,86	661,21	339,15	872,76
Los Demás	383,01	397,32	514,39	547,60	752,43
Promedio	246,46	356,25	446,53	488,37	481,02

ANEXO C

TIBBALS FLOORING COMPANY, ONEIDA, TENNESSEE 37841 □ (615) 569-852



ning Modern
ology with
's Beauty

THANK YOU

for your interest in Hartco products.

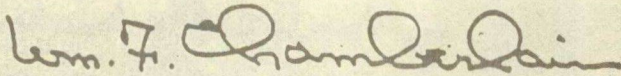
Enclosed is descriptive Hartco literature as requested. To further assist you in selecting the proper Hartco product and color, we have listed the name and address of our nearest authorized Hartco distributor. Your local distributor will be happy to provide you with a list of qualified dealers located in your neighborhood.

As Confucius said, "A picture is worth a 1000 words." To help you truly evaluate the excellence and lasting beauty of Hartco solid oak parquet flooring, we have made special arrangements and are now offering an actual 12"x12" sample of our product (Foam-Tile Par-K-Stik).

To receive your sample, simply fill in the enclosed questionnaire card, include \$1.50 for postage and handling. We will ship to you a 12"x12" sample in the color of your choice.

Hartco - a lifetime of pleasure and performance.

Sincerely,

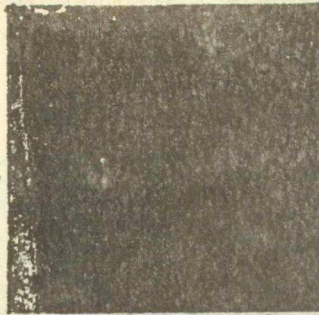


Wm. F. Chamberlain,
Vice President Marketing

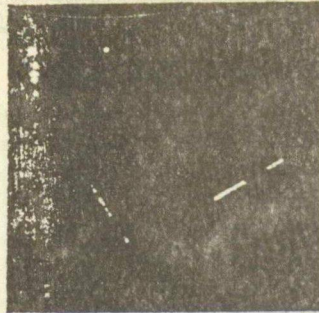
WFC:lmr

Enclosures

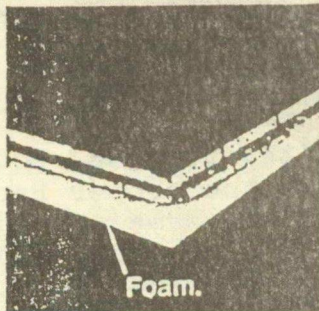
Hartco® Parquet Flooring is pre-finished from the finest Appalachian hardwoods. The finish includes a special penetrating stain that brings out an excellent grain pattern, provides richer, longer-wearing color, is more durable and is easier to maintain. The tiles are 5/16" x 12" x 12".



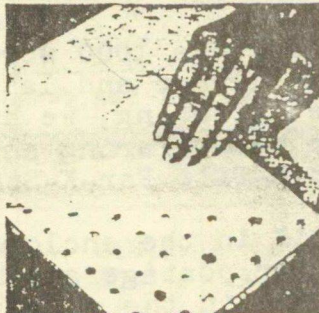
Hartco Wood Flor-Tile® is laid with Hartco® 60 special adhesive over most new or old subfloors. Each tile has a precision-milled, taper-locked tongue and groove joint affording a smooth floor surface even over slightly uneven subfloors.



Hartco Wood Foam-Tile® for impact sound control is backed with a 1/8-inch Volara® foam cushion. It meets FHA requirements and New York City's tough multi-family dwelling building codes for impact sound control.



Hartco Wood Foam-Tile® with Par-k-Stik™ is for do-it-yourselfers. The foam is treated with adhesive dots and covered with a special paper. Just peel the paper, press to the floor, and the parquet is laid. It's quick and easy. Anyone can install it. No skill required.



Foam backing is Volara® manufactured by Voltek, Inc.

For individual literature on the above floor products plus sound control data, write or phone



Tibbals Flooring Company

P.O. Drawer A Oneida, Tenn. 37841 (615) 569-8526

Hartco®
Wood Flor-Tile® Wood Foam-Tile®
Wood Foam-Tile® with Par-K-Stik™

ALABAMA
Distrs.
South 12th Street
Birmingham, AL 35233
Phone: A/C 205 323-1694

ARIZONA
Mann Co.
North 23rd Avenue
Phoenix, AR 85009
Phone: A/C 602 258-8045

ARIZONA
Brothers & Co.
Sears Drive
Ft. Rock, AR 72209
Phone: A/C 501 562-6534

CALIFORNIA
V. Supply Co.
E. Plotilla Street
Los Angeles, CA 90140
Phone: A/C 213 685-7400

CALIFORNIA
Service Supply Co.
Luzern Avenue
Rose, CA 95126
Phone: A/C 408 294-9808

CALIFORNIA
Hardwood Lumber Co.
at State Street
Sageo, CA 92112
Phone: A/C 714 233-7224

COLORADO
Denver
Onelda Street
CO 80220
Phone: A/C 303 320-1401

CONNECTICUT
Newman, Inc.
Avenue, Box 310
Haven, CT 06516
Phone: A/C 203 932-2241

FLORIDA
Sowell Corp.
Orange Blossom Tr.
Orlando, FL 32804
Phone: A/C 305 423-7648

FLORIDA
Sowell Corp.
nd Avenue
PL 33601
Phone: A/C 813 894-0907

FLORIDA
Lumber Co.
No. Rome Avenue
PL 33601
Phone: A/C 813 253-3445

FLORIDA
Yellow Supply Co.
Main Street
Tille, FL 32601
Phone: A/C 904 376-7511

FLORIDA
Wholesale Corp.
E. 4th Court
PL 33138
Phone: A/C 305 754-2518

FLORIDA
Wholesale Floors
Poor Avenue, N.W.
GA 30318
Phone: A/C 404 352-2700

ILLINOIS
Inc.
Broadway
IL 60640
Phone: A/C 312 561-4935

ILLINOIS
Lowy Distrs.
Magazine Road
IA 50021
Phone: A/C 515 964-1186

KANSAS
Whale. Carpets, Inc.
Quindaro Road
City, KS 66115
Phone: A/C 913 321-5427

KANSAS
Ltd.
Church Avenue
Manitoba R3C 2K6
Phone: A/C 204 633-1020

KANSAS Cont'd
Wichita Building Materials Co., Inc.
418 So. Commerce
Wichita, KS 67202
Phone: A/C 316 263-4256

LOUISIANA
New Orleans Plg. Supply, Inc.
4200 Euphrosine Street
New Orleans, LA 70179
Phone: A/C 504 821-8111

LOUISIANA
Central Wholesale Co.
1501 Van Loan
Shreveport, LA 71163
Phone: A/C 318 424-2668

MAINE
Joseph Silverman & Co., Inc.
176 A Street
Boston, MA 02210
Phone: A/C 617 268-7800

MARYLAND
Cherokee Wholesale, Inc.
6000 Farrington Avenue
Alexandria, VA 22304
Phone: A/C 703 751-2600

MASSACHUSETTS
Joseph Silverman & Co., Inc.
176 A Street
Boston, MA 02210
Phone: A/C 617 268-7800

MICHIGAN
Erickson Floors
2619 W. 14 Mile Road
Royal Oak, MI 48073
Phone: A/C 313 549-6166

MINNESOTA
Flooring Distrs.
2127 N.E. Broadway
Minneapolis, MN 55413
Phone: A/C 612 331-6650

MISSISSIPPI
Orgill Brothers & Co.
301 W. Pearl Street
Jackson, MS 39201
Phone: A/C 601 353-3876

MISSOURI
Flooring Distrs.
4101 Geraldine Avenue
St. Louis, MO 63115
Phone: A/C 314 381-2700

NEBRASKA
Fred T. Lowy Distrs.
14608 Grover Street
Omaha, NE 68144
Phone: A/C 402 333-9606

NEVADA
Diamond W. Supply Co.
6416 E. Plotilla Street
Los Angeles, CA 90140
Phone: A/C 213 685-7400

NEW HAMPSHIRE
Joseph Silverman & Co., Inc.
176 A Street
Boston, MA 02210
Phone: A/C 617 268-7800

NEW JERSEY
Manufacturers Reserve Supply
16 Woolsey Street
Irvington, NJ 07111
Phone: A/C 201 373-1881

NEW JERSEY
Hoboken Wood Flooring
100 Willow Street
East Rutherford, NJ 07073
Phone: A/C 201 933-9700

NEW JERSEY
Woodcraft Millwork Specialties, Inc.
155 Clifton Blvd.
Clifton, NJ 07011
Phone: A/C 201 473-5600

NEW JERSEY
W. G. McMahon branches:
2750 Oilmore Avenue
Burnaby 2, BC V6A 2R1
Phone: A/C 604 438-1331

NEW JERSEY
3202-9th St. S.E.
Calgary 24, Alberta T20 3C3

NEW YORK
Eastern Tile Co., Inc.
Bethpage Road, L.I.R.R.
Hicksville, NY 11801
Phone: A/C 516 931-4440
212 895-8908

NEW YORK
Mall Flooring
51 Alpha Plaza
Hicksville, NY 11801
Phone: A/C 516 433-1516

NEW YORK
Mainline Supply
2 Gaines Street
Binghamton, NY 11735
Phone: A/C 607 772-1212

NEW YORK
Packard Flooring
2020 Broad Hollow Road
Farmingdale, NY 11735
Phone: A/C 516 249-3232

NEW YORK
Plywood Plastics, Inc.
111 Tonawanda Street
Buffalo, NY 14207
Phone: A/C 716 875-0800

NEW YORK
Plywood Plastics, Inc.
Soble Lumber Division
279 Burrows Street
Rochester, NY 14606
Phone: A/C 716 458-3636

NORTH CAROLINA
Orders Tile & Distrs. Co., Inc.
304 West 32nd Street
Charlotte, NC 28205
Phone: A/C 704 374-1361

NORTH CAROLINA
Orders Tile & Distrs. Co., Inc.
110 Industrial Avenue
Greensboro, NC 27405
Phone: A/C 919 275-0548

NORTH CAROLINA
Orders Tile & Distrs. Co., Inc.
3014 Industrial Drive
Raleigh, NC 27604
Phone: A/C 919 832-7565

OHIO
Battlers, Inc.
3700 Superior
Cleveland, OH 44114
Phone: A/C 216 391-5789

OHIO
Lima Distrs., Inc.
1026 Redna Terrace
Cincinnati, OH 45215
Phone: A/C 513 771-3021

OHIO
Lima Distrs., Inc.
5166 Sinclair Road
Columbus, OH 43229
Phone: A/C 614 436-2515

OHIO
Lima Distrs., Inc.
1700 Findlay Road
Lima, OH 45801
Phone: A/C 419 228-4162

OKLAHOMA
Orgill Brothers & Co.
4232 Charter Avenue
Oklahoma City, OK 73118
Phone: A/C 405 946-9732

OREGON
Tile Distrs.
6426 N.E. Halsey
Portland, OR 97213
Phone: A/C 503 287-4156

PENNSYLVANIA
American Lumber Corp.
Church & Bermuda Streets
Philadelphia, PA 19124
Phone: A/C 215 533-8000

PENNSYLVANIA
Bennett Supply Co.
19th & Main Streets
Pittsburgh, PA 15215
Phone: A/C 412 782-4500

PENNSYLVANIA
1551 Church Avenue
Winnipeg, Man. R3C 2K6
Phone: A/C 204 633-1020

PENNSYLVANIA
1551 Church Avenue
Winnipeg, Man. R3C 2K6
Phone: A/C 204 633-1020

PENNSYLVANIA
1551 Church Avenue
Winnipeg, Man. R3C 2K6
Phone: A/C 204 633-1020

RHODE ISLAND
Joseph Silverman & Co., Inc.
176 A Street
Boston, MA 02210
Phone: A/C 617 268-7800

SOUTH CAROLINA
Orders Tile & Distrs. Co., Inc.
122 Bluff Road
Columbia, SC 29202
Phone: A/C 803 799-8350

SOUTH CAROLINA
Orders Tile & Distrs. Co., Inc.
501 Congaree Road
Greenville, SC 29606
Phone: A/C 803 288-4220

TENNESSEE
Bruin Supply Corp.
709 Cooper N.W.
Knoxville, TN 37901
Phone: A/C 615 525-5117

TENNESSEE
Evans Lumber Co.
2700 Eighth Avenue
Chattanooga, TN 37407
Phone: A/C 615 698-8521

TENNESSEE
Orgill Brothers & Co.
2100 Latham Street
Memphis, TN 38101
Phone: A/C 901 948-3381

TENNESSEE
Orgill Brothers & Co.
490 Allied Drive
Nashville, TN 37211
Phone: A/C 615 833-5310

TEXAS
Plintex Distrs., Inc.
2401-03 Nicholson
Houston, TX 77008
Phone: A/C 713 869-0511

TEXAS
Tichener Co., Inc.
3510 Crutcher Circle
Dallas, TX 75226
Phone: A/C 214 827-2710

TEXAS
Travis Tile
2834 E. 19th Street
Austin, TX 78767
Phone: A/C 512 478-8705

TEXAS
Plintex Distrs., Inc.
3427 Steen Drive
San Antonio, TX 78219
Phone: A/C 512 226-7244

VERMONT
Joseph Silverman & Co., Inc.
176 A Street
Boston, MA 02210
Phone: A/C 617 268-7800

VIRGINIA
Cherokee Wholesale, Inc.
6000 Farrington Avenue
Alexandria, VA 22304
Phone: A/C 703 751-2600

VIRGINIA
Orders Tile & Distrs., Inc.
1434 Lakeside Circle
Salem, VA 24153
Phone: A/C 703 387-0253

WASHINGTON
C. A. Newall Co., Inc.
735 N. Northlake Way
Seattle, WA 98103
Phone: A/C 206 632-9330

WEST VIRGINIA
Smith Floor Covering Distrs., Inc.
1118 Smith Street
Charleston, WV 25301
Phone: A/C 304 344-2493

WASHINGTON
Feron Co., LTD
45 Wright Avenue
Dartmouth, N.S. Can. B3B 1H1
Phone: A/C 902 463-2953

CANADA
Larco Industries, LTD
137 Montee De Liesse
Ville St. Laurent, P.Q. Can. H4T
Phone: A/C 514 735-4756

CANADA
14625-122nd Avenue
Edmonton, Alberta T5L 2V4
Phone: A/C 403 453-3821

CANADA
14625-122nd Avenue
Edmonton, Alberta T5L 2V4
Phone: A/C 403 453-3821

CANADA
14625-122nd Avenue
Edmonton, Alberta T5L 2V4
Phone: A/C 403 453-3821

ALABAMA
Bebe Co. Distrs.
501 N. 12th St.
Birmingham, AL 35203
Phone: A/C 205 323-1515

ARIZONA
The Hoffmann Co.
2210 North 23rd Avenue
Phoenix, AR 85009
Phone: A/C 602 258-8045

ARKANSAS
Orgill Brothers & Co.
6200 Sears Drive
Little Rock, AR 72209
Phone: A/C 501 562-6534

CALIFORNIA
Diamant Corp.
6415 G. Plot 11
Los Angeles, CA 90040
Phone: A/C 213 661-1400

Floor Service Supply Co.
4618 Australis Avenue
San Jose, CA 95126
Phone: A/C 408 294-9808

Front Hardwood Lumber Co.
Market at State Street
San Diego, CA 92101
Phone: A/C 714 233-7224

COLORADO
Lozy - Denver
4195-1
Denver, CO 80220
Phone: A/C 303 320-1401

CONNECTICUT
Spear - Newman, Inc.
55 R.R. Avenue, Box 110
West Haven, CT 06611
Phone: A/C 203 330-2241

FLORIDA
L. B. Sowell Corp.
1915 No. Orange Blossom
Orlando, FL 32804
Phone: A/C 407 423-7041

L. B. Sowell Corp.
805 2nd Avenue
Tampa, FL 33601
Phone: A/C 813 890-9007

Logan Lumber Co.
301-401 No. Rome Avenue
Tampa, FL 33601
Phone: A/C 813 263-7485

Stringfellow Supply Co.
1015 So. Main Street
Gainesville, FL 32601
Phone: A/C 904 376-7511

Walton Wholesale Corp.
7110 N.E. 4th Court
Miami, FL 33138
Phone: A/C 305 754-2516

GEORGIA
Johns & Co.
1874 DePue
Atlanta, GA 30318
Phone: A/C 404 312-2700

ILLINOIS
All Tile, Inc.
5131 A
Chicago, IL 60640
Phone: A/C 312 501-1315

IOWA
Fred E. Lowy Distrs.
917 East Magazine Road
Ankeny, IA 50021
Phone: A/C 515 964-1186

KANSAS
Fred Paul
201 East Winder
Kansas City, KS 64115
Phone: A/C 913 321-5827

CANADA Cont'd
W. G. McMahon Ltd.
551 Church Avenue
Winnipeg, Manitoba R3C 2K6
Phone: A/C 204 633-1020

KANSAS Cont'd
New Orleans Plg. Supply, Inc.
4200 Euphrasian Street
New Orleans, LA 70179
Phone: A/C 504 521-8111

TARIFF SCHEDULES OF THE UNITED STATES ANNOTATED (1980)

SCHEDULE 2. - WOOD AND PAPER: PRINTED MATTER
Part 1. - Wood and Wood Products

MAINE
Joseph Silverman & Co., Inc.
175 A Street
Boston, MA 02210
Phone: A/C 617 549-7800

MARYLAND
Cherokee Wholesale, Inc.
Wood siding (weatherboards or clepbboards), not drilled or treated:
Frederick, MD 21704
Phone: A/C 301 331-2600

MASSACHUSETTS
Joseph Silverman & Co., Inc.
Western redcedar (*Thuja plicata*)
Oxford, MA 02210
Phone: A/C 617 549-7800

MICHIGAN
Western redcedar (*Thuja plicata*)
2619 W. 14 Mile Road
Royal Oak, MI 48073
Phone: A/C 313 549-6166

MINNESOTA
Flooring Distrs.
21 Softwood
11 Hardwood
Phone: A/C 612 331-6550

Lumber and wood siding, drilled or treated; and edge-glued or end-glued wood not over 6 feet in length or over 15 inches in width, whether or not drilled or treated:

Softwood lumber and siding, drilled, or pressure treated with creosote or other wood preservative, or both, but not otherwise treated:

Drilled but not treated
Other
Hardwood, edge-glued or end-glued, not drilled or treated

NEBRASKA
Treated with creosote or other permanent wood preservative
Phone: A/C 402 333-9606

NEVADA
Wood flooring, whether in strips, planks, blocks, assembled sections or units, or other forms, and whether or not drilled or treated (except softwood flooring classifiable as lumber):

Hardwood (flooring in strips and planks, whether or not drilled or treated):
Oak (*Quercus* spp.)
Other
Maple (*Acer* spp.), birch (*Betula* spp.), and beech (*Fagus* spp.)

NEW JERSEY
Manufacturers Reserve Supply
Other
Softwood
Hardwood

NEW YORK
Wood moldings and wood carvings and ornaments suitable for architectural or furniture decoration, whether or not drilled or treated:
Standard wood moldings, not drilled or treated:
Pine (*Pinus* spp.)
Clifton, NJ 07011

NEW YORK Cont'd
Carpets, Inc.
Other
Softwood
Hardwood

NEW YORK Cont'd
Other
Softwood
Hardwood

NEW YORK Cont'd
Other
Softwood
Hardwood

NEW YORK
Eastern Tile Co., Inc.
Bethpage Road, L.I.R.R.
Hicksville, NY 11801
Phone: A/C 516 931-4440

Wall Flooring
51 Alpha Plaza
Hicksville, NY 11801
Phone: A/C 516 433-1516

Mainline Supply
2 Gaines Street
Packard Flooring
2020 Broadway
Phone: A/C 516 242-3332

Plumbers Plastics, Inc.
112 Tonawanda Street
Buffalo, NY 14207
Phone: A/C 716 875-0800

Free Inc.
Sobla Lumber Division
279 Burrows Street
Phone: A/C 716 458-3636

NORTH CAROLINA
Orders Tile & Distrg. Co., Inc.
304 West 32nd Street
Charlotte, NC 28205
Phone: A/C 704 374-1361

NORTH CAROLINA
Free Inc.
110 Industrial Avenue
Greensboro, NC 27405
Phone: A/C 919 275-0548

NORTH CAROLINA
Orders Tile & Distrg. Co., Inc.
301 Industrial Drive
Raleigh, NC 27604
Phone: A/C 919 832-7565

OHIO
Battlers, Inc.
3700 Superior
Phone: A/C 216 331-5789

OHIO
Free
H.b.d.f.
H.b.d.f.
H.b.d.f.

OHIO
Free
H.b.d.f.
H.b.d.f.

OHIO
Lima Distrs., Inc.
1700 Findlay Road
Lima, OH 45801
Phone: A/C 419 228-4162

OKLAHOMA
Orgill Brothers & Co.
H.b.d.f.
H.b.d.f.

OREGON
Tile Distrs.
H.b.d.f.
H.b.d.f.

PENNSYLVANIA
American Lumber Corp.
Church & Bernada Streets
Philadelphia, PA 19124
Phone: A/C 215 533-8000

PENNSYLVANIA
H.b.d.f.
H.b.d.f.
H.b.d.f.

PENNSYLVANIA
H.b.d.f.
H.b.d.f.
H.b.d.f.

PENNSYLVANIA
H.b.d.f.
H.b.d.f.
H.b.d.f.

RHODE ISLAND
Section
Page
Correccion
Fecha

SOUTH CAROLINA
Orders Tile & Distrg. Co.
122 Bluff Road
Columbia, SC 29202
Phone: A/C 803 799-8350

TENNESSEE
Orders Tile & Distrg. Co.
501 Congress Road
Greenville, SC 29602
Phone: A/C 803 288-8720

TENNESSEE
Free
H.b.d.f.
H.b.d.f.

TENNESSEE
Orgill Brothers & Co.
2100 Latham Street
Memphis, TN 38101
Phone: A/C 901 948-3381

TENNESSEE
Orgill Brothers & Co.
490 Allied Drive
Nashville, TN 37211
Phone: A/C 615 253-5555

TEXAS
Free Inc.
2401-03 Nicholas
Houston, TX 77001
Phone: A/C 713 869-0511

TEXAS
Tichener Co., Inc.
3510 Crutcher Circle
Dallas, TX 75226
Phone: A/C 214 827-2710

TEXAS
Travis Tile
2834 E. 19th Street
Austin, TX 78767
Phone: A/C 512 102-44 val.

TEXAS
Flintex Distrs., Inc.
3827 Steen Drive
San Antonio, TX 78219
Phone: A/C 512 224-1244

VERMONT
201 ad val.
Joseph Silverman & Co., Inc.
176 A Street
Boston, MA 02210
Phone: A/C 617 268-7800

VIRGINIA
Cherokee Wholesale, Inc.
6000 Farrington Avenue
Alexandria, VA 22304
Phone: A/C 703 751-2600

VIRGINIA
Orders Tile & Distrg. Co.
34 Lakeside
Salem, VA 24136
Phone: A/C 703 387-0253

WASHINGTON
C. A. Newall Co., Inc.
735 N. Northlake Way
Seattle, WA 98107
Phone: A/C 206 632-9330

WEST VIRGINIA
Smith Floor Covering Dist.
1118 Smith Street
Charleston, WV 25301
Phone: A/C 304 344-2493

CANADA
4% ad val.
Feron Co., LTD.
45 Wright Avenue
Dartmouth, N.S. Can. B3B
Phone: A/C 905 463-2953

CANADA
Larco Industries, LTD.
137 Montee De Lisse
Montreal, P.Q. Can. H3T
Phone: A/C 514 735-4756

CANADA
1462-122nd Avenue
Edmonton, Alberta
Phone: A/C 403 444-4444

CANADA
1551 Church Avenue
Winnipeg, Manitoba
Phone: A/C 204 633-1020

ANEXO C

FUENTES DE INFORMACION

U.S. Department of Commerce
14th and Constitution, S.W.
Washington, D.C.
Adair Mitchell 566-9440

International Trade Commission
701 E Street, N.W.
Jeff Wood 523-0125

Imported Hardwood Products Association
P.O. Box 1308
110 N. St. Asaph Street
Alexandria, Virginia 22313
Mr. Evans 836-6696

Kentucky Wood Floor
Mr. Keibler (502) 368-5836

American Parquet Association
1650 Union National Place
Little Rock, Arkansas 72201
(501) 375-5377

Wood Mosaic
Louisville, Kentucky
Mr. Polle (502) 363-3531

Hechinger's
350 Pensey Drive
Landover, Maryland
(301) 341-1000

Anchor Sales Corp.
151 Fulton Avenue
Long Island, New York 11040
President So. R. Kaplan

E.L. Bruce Co.
Cherokee Wholesalers, Inc.
6062 Farrington Avenue
Alexandria, Virginia
(703) 751-2600

Northern Virginia Floors Incorporated
4750 Lee Highway
Arlington, Virginia
(703) 525-5705

Bangkok Industry
Philadelphia, Pennsylvania
(215) 537-5800

Low's Building Material
143 Maple Avenue
Vienna, Virginia
281-4770

Rohrbaugh D.W. Builders, Inc.
6819 Elm Street
McLean, Virginia
Terry Rohrbaugh (703) 356-2041

Kandi Construction
4116 Woodlark Drive
Annandale, Virginia
Mark Ruiz 941-2620

Austin's Floors
1935 Anderson Road
Falls Church, Virginia
Mr. George Austin (703) 821-2133

El presente estudio lo publica la Cámara de Comercio de Bogotá, Secretaría Permanente de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, AICO.

La AICO es una organización colectiva y voluntaria de las Cámaras de Comercio y Entidades Afines instituidas o establecidas en los países de habla hispana y portuguesa de América Latina, el Caribe y la Península Ibérica. Entre sus objetivos tiene el estudio y fomento de todo aquello que concierne al comercio en general y al comercio Iberoamericano en particular.

Impreso en los Talleres de la Cámara de Comercio de Bogotá

Septiembre de 1982

RED DE INFORMACIÓN COMERCIAL

La Red de Información Comercial (Red OEA-AICO) es un proyecto conjunto entre la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO), la Cámara de Comercio de Bogotá y la Secretaría General de la Organización de Estados Americanos (OEA). La ejecución del proyecto está a cargo de la Cámara de Comercio de Bogotá que a su vez es la Secretaría Permanente de la AICO.

La Red OEA-AICO es un sistema informativo dinámico que dentro de la comercialización internacional, responde a las necesidades del intercambio comercial y por sus antecedentes, estructura, objetivos y alcances se ha constituido en un esquema central para los organismos del sector público y privado de los países miembros de la OEA, España y Portugal.

La Red OEA-AICO dentro del contexto de sus actividades operativas, suministra los siguientes servicios:

Oportunidades Comerciales de Oferta y Demanda y Servicios. La labor primordial de esta actividad es la de obtener y difundir información sobre oportunidades comerciales de oferta y demanda, que conduzcan a un intercambio comercial directo entre los oferentes de los países miembros de la OEA y Península Ibérica con los demandantes del mundo, así como también, la difusión de la oferta y demanda de servicios, dentro del contexto del comercio internacional.

Servicio de Precios. Este servicio opera en forma de indicador económico, con la finalidad de dar al exportador y demás usuarios de la Red OEA-AICO, una orientación sobre las cotizaciones aplicables a sus productos en diferentes y representativos mercados, a fin de poder analizar la factibilidad de competir en los mercados externos.

Servicio de Transferencia de Información Tecnológica sobre Comercio Internacional. Este servicio tiene como objetivo el de suministrar a los usuarios de la Red OEA-AICO información especializada del comercio internacional que se considere de utilidad para el comercio exterior. Estas informaciones se proporcionan

- La red OEA-AICO cuenta con los siguientes medios
- Boletín Internacional de Oportunidades Comerciales.
 - Directorio de Oportunidades Comerciales. Anual.
 - Series de Importadores y Exportadores por línea y país.
- La Red no se responsabiliza ni garantiza operaciones

CCB-325

7134

AUTOR

OEA.

TITULO

PARQUET DE MADERA PARA PISO

TRADE INFORMATION NETWORK OAS-AICO

The Trade Information Network OAS-AICO is a joint Commerce Association — AICO, Bogotá Chamber of Commerce — OAS. This project is carried out by the Permanent Secretariat.

The Trade Information Network OAS-AICO is a dynamic system with antecedents, structure, objectives and goals it has been developed by the organisms of OAS member countries, Spain and Portugal. The Trade Information Network OAS-AICO among its objectives:

Supply and Demand Trade Opportunities. The main objective is to provide information about supply and demand opportunities, which leads to a direct exchange between the suppliers of the OAS member countries and the demanders of the world, as well as the diffusion of the offer and demand of services within the context of international trade.

Price Information. This service works as an economic indicator, with the purpose of giving OAS-AICO users an orientation about prices in different and representative markets. This would enable the exporters to analyze the feasibility of competing in the external markets.

Technical News of Interest for International Trade. This service has as its objective to supply specialized information on international trade by country and product by product levels.

- The Trade Information Network OAS-AICO issues the International Bulletin of Trade Opportunities. Weekly.
 - The Trade Opportunities Directory. Annual.
 - Importers and Exporters List by specific product.
- The Network does not sponsor nor guarantee the

7134

BIBLIOTECA
DEL CENTRO DE INFORMACION
ECONOMICA DE BOGOTA